

# 2020-2026年中国健身房行业 发展趋势与投资前景分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国健身房行业发展趋势与投资前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202006/171182.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

当前中国前十大健身房市占率仍较低，前十大健身房总品牌店面数目仅有740家，占市场总体健身房数目的16.4%，剩下的健身房以非连锁为主，约占健身房总数的66.8%。实力较强连锁健身房区域化特点仍然较为明显，与零售等业态受历史遗留原因较难进行跨区域扩张不同，健身房行业并不存在较强的区域壁垒，未来具有较大的整合市场的空间。

中国十大健身连锁品牌 排名 品牌 介绍

- 1 一兆韦德 成立于2001年，注册资金为4500万人民币。公司员工3000多人，累积服务超过100万会员、每天服务人次超过50000次，已成为中国地区大型健身连锁管理机构。
- 2 威尔士 成立于1996年，注册资金1000万美元，至今在全国范围内已拥有超过115+家直营专业健身俱乐部，会员人数超过80万。
- 3 美格菲 香港启康创建投资并从事康体事业发展的商业品牌，五星级运动俱乐部，专业从事大型会员制健身会所的投资，经营和管理。
- 4 中体倍力 上市公司中体产业和美国倍力公司合作成立的一家高度专业化、规模化、高档次经营健身俱乐部的合资公司。
- 5 青鸟健身 成立于2000年初，是国内最早采用连锁化经营、最具规模的健身中心，目前全国有16家分店，现有会员35000余名，青鸟健身已成为国内最大、最高档健身中心之一。
- 6 浩沙 中国健身会所十大品牌，时尚健身运动的著名品牌，中国最早成立的大型连锁健身俱乐部，国际化的多元化产业集团，亚洲地区规模最大的连锁健身俱乐部之一。
- 7 英派斯 隶属于青岛英派斯集团，公司主要从事全国范围内英派斯健身连锁经营业务，包括：健身运动设备销售、运动营养品经营、健身业务培训、健身俱乐部管理输出、健身俱乐部服务咨询及与健身俱乐部经营相关的其他业务。
- 8 中航健身 始创于1995年7月，隶属于深圳市中航健身康体有限公司。主要通过直营连锁健康生活方式分店（Wellness&reg; Club）为客户提供运动健身指导、美容保健养护等专业健康解决方案的健康管理与促进服务机构。
- 9 舒适堡 1986年于香港开办第一家健美中心，迄今已设立67家分店，业务遍布香港及中国，分店占地总面积超过100万平方米，拥有逾50万名客户。
- 10 星之健身 上海星之健身俱乐部有限公司隶属复星集团，成立于2001年，目前发展成为拥有30多家场馆的大型体育健康休闲集团。包含11家商业会所、18家企业会所、6家社区健身会所、1个足球场等。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国健身房行业发展趋势与投资前景分析报告》共十二章。首先介绍了健身房相关概念及发展环境，接着分析了中国健身房规模及消费需求，然后对中国健身房市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国健身房面临的机遇及发展前景。您若想对中国健身房有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据

库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

## 第一章世界健身房市场运行现状分析

### 第一节健身房的健身器分类

#### 一、全身性健身器械

#### 二、局部性健身器械

#### 三、小型健身器械

### 第二节2018年世界健身房市场发展现状分析

#### 一、世界健身房运行特点分析

#### 二、世界主要地区健身状况分析

#### 三、世界健身者需求情况分析

### 第三节2020-2026年世界健身房市场发展趋势分析

## 第二章中国健身房产业发展环境分析

### 第一节国内健身房经济环境分析

#### 一、GDP历史变动轨迹分析

#### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

#### 三、2018年中国健身房经济发展预测分析

### 第二节中国健身房行业政策环境分析

## 第三章中国健身房行业运行状况分析

### 第一节2018年中国健身房行业发展概述

#### 一、健身房行业特点分析

#### 二、健身房价格分析

#### 三、健身房行业登陆创业板

### 第二节2018年中国健身房行业运行动态分析

#### 一、日本joyfit连锁健身房首店落户厦门

#### 二、上海金融危机下的健身房行业调查

#### 三、小型健身房投资方案

### 第三节2018年中国健身房行业发展存在问题分析

## 第四章中国健身房市场运行态势分析

### 第一节2018年中国健身房市场运行分析

#### 一、健身房市场动向分析

#### 二、市场需求不断增加

#### 三、南京爆发价格战

### 第二节2018年中国健身房市场经营状况分析

#### 一、经营模式分析

#### 二、经营特点分析

#### 三、经营战略分析

## 第五章中国健身房消费市场分析

### 第一节2018年中国健身房市场消费行为特点分析

#### 一、消费者注重提高生存质量

#### 二、消费者舍得花钱买健康

#### 三、消费者对健身市场需求具有多样性

#### 四、消费市场具有较大的可诱导性

### 第二节2018年中国健身房的营销理念

#### 一、非经营性的体育健身房通常采用生产观念的营销方式

#### 二、专项休闲运动会馆一般采用市场推广的方式来进行经营

#### 三、有氧健身中心和综合健康恢复中心一般采用市场营销方式

#### 四、综合健康恢复中心采用社会营销方式

### 第三节2018年中国健身房市场经营模式存在的主要问题

#### 一、缺乏市场和行业标准、运作规范和职业资质准入

#### 二、专业化程度低

#### 三、市场短期和投机行为普遍

#### 四、管理水平较低

## 第六章中国健身房市场营销策略分析

### 第一节注重提高产品质量，树立品牌形象

### 第二节门票价格制定分析

- 一、根据项目特点来定价
- 二、根据顾客人群收入特点来定价
- 三、定价要有弹性和前瞻性，以防价格战

### 第三节消费区域选择原则分析

- 一、便利性原则
- 二、绿色环境原则
- 三、网络化覆盖原则

### 第四节宣传方式分析

- 一、注重主流媒体宣传
- 二、要注重健身文化和影视文化媒体的结合推广

### 第五节关系营销的分析

- 一、建立、保持并加强与俱乐部会员的良好关系,在日常的服务中加强关系营销
- 二、共同开发健身市场，与关联企业展开关系营销
- 三、与政府协调一致,建立政府关系营销

## 第七章2016-2018年中国健身器材制造所属行业数据监测分析

### 第一节2016-2018年中国健身器材所属行业总体数据分析

- 一、2016年中国健身器材所属行业全部企业数据分析
- 二、2017年中国健身器材所属行业全部企业数据分析
- 三、2018年中国健身器材所属行业全部企业数据分析

### 第二节2016-2018年中国健身器材所属行业不同规模企业数据分析

- 一、2016年中国健身器材所属行业不同规模企业数据分析
- 二、2017年中国健身器材所属行业不同规模企业数据分析
- 三、2018年中国健身器材所属行业不同规模企业数据分析

### 第三节2016-2018年中国健身器材所属行业不同所有制企业数据分析

- 一、2016年中国健身器材所属行业不同所有制企业数据分析
- 二、2017年中国健身器材所属行业不同所有制企业数据分析
- 三、2018年中国健身器材所属行业不同所有制企业数据分析

## 第八章中国健身房市场竞争格局分析

### 第一节2018年中国健身房市场竞争现状分析

- 一、品牌竞争分析

## 二、经营特色竞争分析

## 三、服务竞争分析

### 第二节2018年中国健身房产业重点省市竞争分析

#### 一、北京

#### 二、上海

#### 三、深圳

### 第三节2018年中国健身房提升竞争力策略分析

## 第九章中国健身房重点企业分析

### 第一节中体产业集团股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

### 第二节青岛英派斯（集团）有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

### 第三节其它健身房分析

#### 一、北京市塑美健身房

#### 二、金牛区香枫健身房

#### 三、杭州市拱墅区活力健身房

#### 四、上海南湾健身房

#### 五、重庆市渝中区天骄健身房

#### 六、爱民健身房

## 第十章中国健身器材市场运行形势发展分析

### 第一节2018年国外健身器材发展概述

#### 一、国际健身器材需求增加

二、美国健身器材市场回顾

三、德国健身器材市场概况

四、国际健身器材品牌介绍

第二节2018年中国健身器材运行态势分析

一、中国健身器材市场特点及结构

二、中国健身器材市场销售概况

三、健身器材成为新的消费热点

四、厦门成为中国最大健身器材出口基地

五、训练健身器材制造业主要指标分析

第三节2018年中国健身器材行业存在的问题分析

第十一章2020-2026年中国健身房市场发展趋势预测分析

第一节2020-2026年中国健身房行业发展趋势分析

一、产业规模预测分析2015-2020年我国健身房市场规模预测

二、产业集中度预测分析

三、产业服务趋势分析

第二节2020-2026年中国健身房市场发展预测分析

一、训练健身器材制造业预测分析

二、健身器材需求预测分析

第三节2020-2026年中国健身房行业盈利预测分析

第十二章2020-2026年中国健身房行业投资机会与风险分析

第一节2020-2026年中国健身房行业投资环境分析

第二节2020-2026年中国健身房行业投资机会分析

一、健身房投资潜力分析

二、健身房吸引力分析

第三节2020-2026年中国健身房行业投资风险分析

一、市场竞争风险分析

二、政策风险分析

三、其它风险分析

图表目录：



图表：2016-2018年国内生产总值

图表：2016-2018年居民消费价格涨跌幅度

图表：2018年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2016-2018年国家外汇储备

图表：2016-2018年财政收入

图表：2016-2018年全社会固定资产投资

图表：2018年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2018年固定资产投资新增主要生产能力

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/171182.html>